

# Drznost, drznost, še in še drznost<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Hvala Asji Hrvatinić in Lenartu J. Kučiču za komentarje.

Znana judovska šala gre takole. Srečata se prijatelja, ki se nista videla že nekaj časa. Prvi je videti zelo zadovoljen – na veliko presenečenje drugega. Na vprašanje, kako to, da je tako dobre volje, odgovori: Zato ker sem nehal brati izraelske časopise. Ko sem jih bral, sem bil iz dneva v dan bombardiran z mnenjem, da je država v krizi, da jo ves svet sovraži, inflacija in brezposelnost nezadržno naraščata, ni dela, mladi zapuščajo državo. In vsakič sem se počutil obupno. Odkar berem arabske časopise, sem ugotovil, da mi Judje obvladujemo ves svet, da imamo vse banke v svojih rokah, da smo najbogatejši in nihče nam nič ne more. No, ob tem spoznanju se počutim veliko boljše.

Če bi šalo aplicirali na poročanje medijev na splošno (čeprav takšna abstraktna kategorija, kot so »mediji«, ne obstaja), je ena najbolj banalnih ugotovitev način, kako mediji poročajo: tisto, o čemer poročajo in kako poročajo, se je dejansko tudi tako zgodilo. A niti približno ni tako. Edini način, da nadzorujemo, *kako ljudje mislijo*, je ravno to, da nadzorujemo, *o čem sploh mislijo*, pravi Entman (2007: 166). Lazarsfeld in Merton pa sta že pred skoraj 70 leti zapisala, da se vpliv, ki ga imajo mediji na svoje občinstvo, ne kaže le v tem, kaj povedo, ampak pomembneje, v tistem, česar ne omenjajo. »*Občila javnim zadevam, osebam, organizacijam in družbenim gibanjem podeljujejo status. (...) Občila podarjajo prestiž in povečajo avtoriteto posameznikov in skupin tako, da legitimirajo njihov status. (...) Funkcija podeljevanja statusa tako vstopa v organizirano družbeno delovanje z legitimiranjem izbranih politik, oseb in skupin, ki so deležne podpore občil.*« (Lazarsfeld, Merton, 1999/1948: 28–29)

To, kar me zanima, je način, kako so mediji poročali o dogodkih, ki so dobili oznako »vstaja«. Ne konkretni mediji in konkretni novinarji. Ne zanima me analiza konkretnih novinarskih prispevkov in praks, ampak način, kako so ozgodbili dogajanje, kakšne okvire so uporabili, kako so interpretirali to, o čemer poročajo, na kateri poziciji in gledišču so se umestili pri ocenjevanju tega, o čemer so poročali. Teza, ki jo postavljam, se glasi, da mediji poročajo natančno tako, kot so poročali (da ne morejo poročati drugače, kot so), zato, ker sistem, v katerem delujejo in katerega vzdržujejo,

dovoljuje samo natančno določene okvire. Povedano drugače: zanima me, kako je strukturirano »novinarsko področje« (kot temu pravi Pierre Bourdieu).

V drugem delu besedila pa bom poskušala razložiti, zakaj so »vstajniki« ostali samo na ravni »politične revolucije« (in ne ekonomske, pojme uporabljam po Rosi Luxemburg) oziroma kako so poskušali spremeniti »morje kapitalistične grenkobe v morje socialistične sladkobe z dodajanjem socialreformne limonade steklenico za steklenico«. (Luxemburg, 1977: 81) Še več, zakaj se je večina vstajniških skupin trudila loviti medijsko pozornost in privolila v njihovo »dvorjenje«, zakaj niso bile poudarjene zahteve za radikalno spremembo tudi medijskega prostora? Ali je vstajništvo, vstajniško gibanje ali revolucija sploh mogoča brez vstajniških medijev?

Najprej bom definirala pojme, ki jih uporabljam. Okvirjanje (*ang. framing*) je pojem, ki ga v literaturi o medijih pogosto najdemo. Okvirjanje poteka podobno kot v filmu Alfreda Hitchcocka *Dvoriščno okno* (*Rear window*) iz leta 1954. Poklicni fotograf L. B. »Jeff« Jeffries (*James Stewart*) sedi v vozičku z zlomljeno nogo, potem ko mu je uspelo posneti fotografijo življenja (lahko rečem, da mu je dobesedno uspelo stopiti v okvir): nesreče na avtomobilski dirki.

Priklenjen na voziček, s fotografskim aparatom v rokah, skozi okno svojega stanovanja opazuje notranje dvorišče in stanovanja preostalih sosedov. V poletni vročini, ko imajo vsi odprta okna, opazuje, kaj počnejo drugi. Tako vidimo stanovanje plesalke (»Gospodična Torzo«), osamljene ženske (»Gospodična Osamljeno srce«), pianista, nekaj poročenih parov, kiparja v srednjih letih in Larsa Thorwalda, potujočega prodajalca nakita in njegovo na posteljo priklenjeno ženo. Preostalo je odlično napisana, zrežirana in odigrana kriminalka. Način, kako spremljamo zgodbo, okvirjeno s pogledom nepremičnega fotoreporterja, in njegovo interpretacijo tistega, kar vidi, je identičen temu, kako mediji okvirjajo tisto, o čemer poročajo. Mediji so vpeti (vključeni) v določen sistem produkcije, ki dovoljuje samo izbrane poglede na to, kar z izbiro postane »dogodek«. Okvir v tem pomenu ni samo izsek določenega dogodka (*vidimo samo tisto, kar je znotraj okvira*), ampak je predvsem način, kako sliko za sliko razumemo pomen tistega, kar vidimo (*razumemo natančno tako, kot nam določa izbrani okvir*).

## Uokvirjanje sveta

Kako komunikološka literatura definira te procese? Uokvirjanje (*angl. framing*) je proces izbire in poudarjanja določenih dogodkov in zadev, njihovo medsebojno povezovanje, ki temelji na medijsko izbranih interpretacijah, ocenjevanju in/ali ponujanju rešitev (Entman, 2004: 5). Okviri, ki vsebujejo kulturno bolj resonančne interpretacije, imajo večji potencial vplivanja: besede in podobe, ki so takoj opazne, razumljive, zapomnljive in čustveno nabite, delujejo kot »razumljivejši« okvir za interpretacijo sveta. Medijsko okvirjanje je večnivojski proces, ki se začne pri pogajanjih med ključnimi političnimi subjekti na eni strani in mediji na drugi. Zgodbe, ki se generirajo na vrhu politične hierarhije, večinoma določajo izbiro domačih in mednarodnih političnih novic (gre za tisto področje političnega življenja, ki ga mediji označujejo kot »notranja in zunanja politika«). Model omogoča analizo procesa uokvirjanja, od popolne nadvlade enega do enakopravnosti dveh ali več okvirov (več interpretacij, ki so pripuščene v javni prostor in jim mediji podeljujejo enako ali enakopravno razlagalno moč) – razlaga, ki jo poudarjajo medijske hiše in teorije avtonomije medijev (Entman, 2004: 48).

Vladajoče elite gospodarijo nad procesom uokvirjanja novic. Intenziteta nadzora se okrepi vsakič, ko se okvir nanaša na dogodke, katerih interpretacija zahteva skupno deljene razlage. Jakost

aktivacije zelo redko prestopi »prag«, dosežen pri pogajanju s političnimi elitami. Strah pred morebitnimi povračilnimi ukrepi politike (strožja regulacija, prekinitev dostopa do uradnih virov informacij, omejevanje dostopa do državnega oglaševanja) je učinkovit mehanizem nadzora nad mediji. Zato okviri niso poljubno izbrani, ne obstaja »svobodni trg« okvirov kot tudi ne možnost ponujanja okvirjov, ki bi izstopali iz ustaljene razlage sveta, temveč okvirji, ki so globoko vpeti v to, da družbo lepijo skupaj, da zavarujejo *status quo*. In pri poročanju o protestih (že sama izbira pojma »vstaja« je določen okvir) je postalo jasno, da temeljni modus okvirjanja določa preprosta ugotovitev: *Ne vedo, kaj hočejo!*

Preden se lotim obravnave konkretnih primerov, razložimo še eno zadevo. Še enkrat poudarjam ugotovitev, ki sem jo že omenila: *Edini način, da nadzorujemo, kako ljudje mislijo, je ravno to, da nadzorujemo, o čem sploh mislijo*. Pri tem pa moramo biti pozorni ne toliko na to, kaj ljudje mislijo o določenih javnih zadevah, temveč na to, na podlagi kakšnih meril jih ocenjujejo. Na enak način kot mediji (i)zbirajo informacije, (i)zbirajo tudi svoja občinstva. Na enak način kot legitimirajo dogodke in vire, o katerih poročajo, mediji legitimirajo tudi tiste, katerim je to poročanje namenjeno. Sposobnost medijev, da javno povežejo dogodke in občinstva, je ena temeljnih medijskih funkcij (Schudson, 1996: 25). Določanje kriterijev ocenjevanja (angl. *priming*) ni stvar nekakšnega namišljenega konsenza, ki naj bi obstajal v družbi, ampak je predmet vsakokratnega pogajanja med mediji in politiko/i. S tem, da določena vprašanja bolj zasidramo v posameznikov zemljevid razumevanja politike (določanje kazala pomembnosti javnih zadev oziroma prednostno tematiziranje) in vnaprej ponudimo kriterije ocenjevanja, proizvajamo tudi natančno določene interpretacije – okvire (Scheufele in Tewksbury, 2007: 11).

In še zadnji pojem. Pojem novic. Novica ni novost o dogodku ali dogajanju. Novica je oblika javne vednosti o tistem, kar naj bi se zgodilo. Novice so oblika javnega vedenja, pravi Michael Schudson (1996: 3). V procesu menjave med viri informacij in novinarji nastaja skupno deljeno javno vedenje, ki se kot izdelek p(r)odaja potrošnikom na trgu medijskih vsebin. Standardizirana oblika posredovanja novic zahteva od novinarja, da pri oblikovanju zapisa o tistem, kar naj bi se zgodilo, odgovori na temeljna novinarska vprašanja: *kdo, kaj, kdaj, kje* in *zakaj*. Če želimo razumeti novice kot obliko javnega vedenja, potem moramo raziskati, kateri posamezniki, dogodki in dejanja spadajo pod kategorijo »*kdo?*«, katera dejstva so vključena ali pa izključena iz vprašanja »*kaj?*«, kateri prostori in časi dominirajo pri vprašanju »*kje* in »*kdaj?*« in katere interpretacije imajo razlagalno moč, da odgovorijo na vprašanje »*zakaj?*«. Za novinarje je primarni modus razlage novic njihov »motiv«. Dogodki imajo svoje akterje, akterji imajo svoje motive, motivi pa naj bi posledično razlagali dogodke.

Čeprav standardizacija novinarskega dela temelji na predpostavki, da novinarji izbirajo med dogodki, ki so se zgodili, in jih razlagajo brez lastne vpletenosti (tako pri njihovi izbiri kot tudi interpretaciji), je novinarsko poročanje mogoče razumeti samo kot del celotne »verige« oblikovanja javnega vedenja. Novinarji dogodke izbirajo skupaj z njihovo interpretacijo. Da bi zadržali vsaj navidezno izključenost iz te »verige«, novinarji pri interpretaciji motivov uporabljajo zunanje strokovno znanje. Naloga strokovnjakov, vpoklicanih v proces medijske razlage, je podati interpretacijo (*zakaj?*) o dogodkih in posameznikih, ki so jih novinarji izbrali kot »*kdo?*« in »*kaj?*«. Prav zaradi dejstva, da se novinarji izogibajo odgovoru na vprašanje *zakaj?* in za to potrebujejo »politične analitike«, katerih naloga je, da potrjujejo že izbrane *kdo* in *kaj*, John Fiske pravi, da ne izbirajo novinarji dogodkov ampak da dogodki izbirajo novinarje).

V območju skupno deljenih vrednot (med mediji in njihovimi občinstvi) mediji prijateljsko kramljajo s svojim občinstvom. Novinar kot »prijatelj in zaupnik malega človeka«, kot nekdo, ki

razume njegove stiske in pričakovanja, tako čedalje bolj prevzema terapevtsko funkcijo v območju javne komunikacije. V imenu navadnih, kulturnih, mirnih protestnikov, ki policistom delijo rože, ki so jih mediji (pa tudi večji del vstajnikov) prepoznali kot legitimni del vstaje, so nastopali huligani, ekstremisti, izgretniki, tisti ki so namenoma razbijali ustaljene okvire dovoljenega protesta. Ironično pa je, da so mediji pri svojem poročanju lovili prav tiste druge protestnike, ki so vstajo delali fotogenično in televizično.

Čeprav so prednostno tematiziranje, prednostno ocenjevanje in uokvirjanje ključni mehanizmi v konstrukciji medijskega sporočila, njegova distribucija v medijih temelji na specifičnih organizacijskih postopkih, ki zmanjšujejo avtonomijo njihove izbire in interpretacije. Eden takih postopkov je indeksiranje (Bennett, 2007, 2007a). Uredniki in novinarji uporabljajo indeksiranje pri novicah in komentarjih glede na pričakovano in zaželeno pomembnost določenega javnega vprašanja med elitami in javnim mnenjem. Medijsko poročanje je povezano s stopnjo soglasja, ki obstaja med političnimi elitami glede določenega vprašanja: ko je soglasje močno, mediji večinoma krepijo politično moč pri upravljanju javnega mnenja, ko pa so politične elite razcepljene, mediji razcepijo tudi mnenje javnosti (Hallin, 1994: 11). Novinarji indeksirajo pomembnost določenega vprašanja oz. informacije glede na to, kakšno stališče do tega vprašanja ima uradna politika. To ne pomeni, da mediji preprosto reproducirajo vladno stališče do določene zadeve, ampak da je državna administracija oz. njihove službe za odnose z javnostmi primarni vir informacij (in interpretacij) o ključnih javnih vprašanjih.

Indeksiranje, ki ga opravijo novinarji, nima neposredne povezave s pomembnostjo določenega vprašanja za javnost, temveč je odvisno od tega, koliko so vpletene elite. Da bi rezultat indeksiranja dobil legitimnost in podporo v javnem prostoru, mediji oz. novinarji uporabljajo izsledke javnomnenjskih raziskav ali izjave izbranih strokovnjakov za posamezna vprašanja. Naloga potrjevalcev indeksiranja je podpreti tisto naracijo, ki je že »vtkana« ali pa »zapisana« v zgodbo. Glede na to, da indeksiranje temelji na spopadu političnih in drugih elit v družbi, je njegova temeljna naloga razcepitev javnega mnenja, njegova členitev na pozicijo/opozicijo, (politično)levico/desnico, na red/nered, na moralnost/nemorálnost, na dobro/slabo. V primeru vstaj je to nujno zbuvalo nelagodje, ker ni bilo uradnega vira, uradnega govornika, ki bi vsakokrat odigral vlogo lovilca ravnovesja v medijskem poročanju.

Prednostnega tematiziranja, uokvirjanja in indeksiranja ne moremo enačiti s sistematično pristranskostjo (angl. *bias*) v medijih. Če ne želimo ostati pri površnem razumevanju politike kot arkanse prakse (skrite javnemu pogledu in pregledu), kot zakulisja in zarote, potem je treba medijsko pristranskost analizirati kot vidno, utečeno in poklicno utemeljeno prakso.

Mediji favorizirajo določene interpretacije, določene poglede, določene razlage in določene razlagalce. Imetniki politične in ekonomske moči v družbi namenjajo velikanska finančna sredstva temu, da njihovi pogledi in njihove interpretacije stopijo v ospredje javne razprave (Entman, 2007: 164). Mediji ne poročajo o politiki kot nezavzeti, neangažirani ali nepristranski opazovalci, ampak kot soudeleženci v političnem dogajanju. Vsi akterji in njihova sporočila morajo uporabiti medije za doseg svojih ciljev, morajo sprejeti pravila medijskega delovanja ter sprejeti njihov jezik in interese. Mediji niso nevtralni, kot nam vseskozi zatrjuje ideologija novinarskega profesionalizma, ampak proizvajajo natančno določeno politično vednost. Mediji oblikujejo komunikacijske platforme in pripuščajo zraven tiste govorce in tista sporočila, ki so narejena v skladu s specifičnimi organizacijskimi in poklicnimi pravili, veljavnimi za medijske organizacije (Schudson, 2002). In pri poročanju o vstajah je bilo to več kot očitno.

## Od protestov do vstaje – brez revolucije

Če razumemo dramaturgijo pripovedovanja (in novice niso nič drugega kot pripovedi, ki čedalje bolj delujejo tudi kot novodobne moralne zgodbe) novičarskih medijev, potem je treba določiti prevladujoče okvire razumevanja tistega, kar se je dogajalo na ulicah od oktobra 2012 (gibanje 15o je »izpadlo« iz »zgodovine« vstajništva). Začnimo s pojmom vstaje. Na tem mestu bom uporabila Engelsov opis vstaje v tekstu *Revolucija in kontrarevolucija v Nemčiji* (Marx, Engels, 1979: 309–447).

Vstaja pa je umetnost, natanko tako kakor vojna ali sleherna druga umetnost, in podvržena določenim pravilom akcije, ki povzročijo, če jih puščamo v nemar, propad stranke, ki ta pravila zanemarja. (...) Prvič: nikoli se ne smemo z vstajo igrati, če nismo popolnoma odločeni prevzeti nase vseh posledic igre. Vstaja je račun z zelo nedoločenimi velikostmi, katerih vrednost se lahko spreminja iz dneva v dan; sile, ki nam stoje nasproti, imajo na svoji strani vse prednosti organizacije, discipline, tradicionalne avtoritete. Če ne moremo postaviti proti njim nobenih močnih nasprotnih sil, bomo premagani in uničeni. Drugič: kadar se vstaja začne, mora nastopiti z največjo odločnostjo in zmerom ofenzivno. (Engels, 1979, 421–422)

Čeprav so se mediji »učili« poročanja o uporih ob zasedbi Borze (leta 2011, op. ur.) in iskali ustreznih jezikov, s katerimi bi lahko popisali to, kar se dogaja, so potrebovali kar nekaj časa, da so ob poročanju o barvnih revolucijah iz drugih držav poimenovali slovenski upor za vstajo. Gibanje 15o (ali gibanje »150« kot so poročali nekateri) je po svojih zahtevah močno izstopalo iz okvirjev, ki so se izoblikovali ob poročanju ob podobnih gibanjih v tujini. Čeprav je šlo za direktni upor proti kapitalizmu, je ta beseda v večini medijskih prispevkov ostala zunaj okvira – mediji so lahko prišli najdlje do tega, da se gibanje upira sedanjemu sistemu (neimenljivemu) in ga radikalno zavrača. Če revolucije (kapitalizma, razrednega boja) ni bilo v medijskem besednjaku in je medijem manjkala jasno določena struktura upora (*kdo vodi in kdo je voden*), je bila največja težava pomanjkanje enega govorca, zanesljive pozicije izjavljanja, s katere je bilo mogoče slišati »uradno verzijo« dogodka, o katerem naj bi se poročalo.

Okvirjanje upora pa je potekalo postopoma. Najprej so se mediji ukvarjali z domnevnim pomanjkanjem rešitev (kaj je alternativa?), nato se je poročanje okvirjalo s površnim moralizatorskim pristopom – *Ni dovolj kritizirati, povejte nam, kaj ponujate, kaj je alternativa*. V medijskem okviru, kjer je kapitalizem zunaj spraševanja, je kakršnakoli alternativa temu, kar je, označena za utopično (sicer razumljivo, ampak neuresničljivo), naivno, nepolitično in nedemokratično. Kolikor bolj so posamezniki na ulicah govorili ne samo, proti čemu se borijo, ampak tudi, za kaj se borijo (kot bi rekla Hannah Arendt), se je novinarsko poročanje čedalje bolj oklepalo drobcev konkretnih nepovezanih zadev, ki so ustvarjale videz političnega krošnjarstva. Gibanje 15o je kljub navidezno veliki javnomnenski podpori izpuhtelo iz medijskega poročanja.

Mediji so nepripravljeni dočakali dogodke, ki so za nazaj dobili oznako vstaje. V nadaljevanju bom predstavila nekaj temeljnih poročevalskih prijemov, s pomočjo katerih so mediji popisovali dogodke in razlagali njihov pomen.

## Zakaj ste tukaj?

S tem vprašanjem se je okvir navidezno premikal proti vsebini. *Zakaj ste tukaj?* Vprašanje, ki predvideva, da je treba imeti opravičilo, da se udeležuješ protestov. Predpostavimo pa drugačno situa-

cijo. Protestnik/ica vpraša novinarja/novinko: *Zakaj ste pa vi tukaj?* Odgovor, ki ga dobi, je: *Jaz samo opravljam svoje delo, jaz samo poročam.* Ta samoumevnost novinarske pozicije in navidezno nevtralne umeščenosti znotraj protestov se hitro izkaže za popolno iluzijo. Poročanje o nečem ali nekom je obenem tudi interpretiranje. In to lahko opazujemo glede na izbiro sogovornikov, kazanjem napisov na izbranih transparentih, z izbiro gledišča, slike, zvoka, simbolov. To, kar domnevno nevtralni poročevalec/ka posreduje svojemu občinstvu, je natančno določena interpretacija. To, da nekaj ni izrečeno, ne pomeni, da ni sporočeno. Paradoksalno rečeno: čim manj so novinarji/ke poročali o tem, kar vidijo, tem bolj so se trudili biti zunaj tega, kar se dogaja in vse bolj so sporočali svoje lastno mnenje.

## Zakaj ne ustanovite stranke?

To vprašanje je obvezno trčilo ob samoumevnost tistega izreka: To, kar imamo, sicer ni najboljšo, je pa edino, kar deluje. Vprašanje pa je mogoče zastaviti tudi drugače: Ali je mogoče misliti politiko zunaj obstoječega okvira reprezentativne parlamentarne strankarske demokracije? Mediji so vstajniškimi skupinam očitali neorganiziranost, nesposobnost dogovarjanja, ukvarjanja s formalnimi in obrobniimi zadevami. Iskali so tiste iz ozadja, tiste ki »vlečejo niti« celotnega dogajanja. V političnem prostoru s koordinatami »levo-center-desno«, koloniziranim s strankami, na katerega so novinarji navajeni, je »nemogoča« že sama ideja, da je politiko mogoče ustvarjati horizontalno in nehierarhično.

Seveda to ne pomeni, da je politika vse (ali pa nič), ampak da je treba najprej na novo definirati, kaj je smisel javnega delovanja. Slogan »*Nihče nas ne predstavlja*« (znani slovenski novinar in kolumnist je ta slogan označil za »najbolj debilno izjavo, kar jih je slišal«), je treba razumeti dvojno: nobena od strank in nihče od posameznikov si ne more lastiti upora, kot tudi noben od upornikov in uponiških gibanj ne more govoriti v imenu vseh. V okviru predstavniške parlamentarne demokracije je bilo medijem težko misliti upor zunaj obstoječih kategorij, kot pravi Rosa Luxemburg, »parlamentarnega kretenizma«. Ne samo mediji, ampak tudi predstavniki politične elite so »*preprosto prenašali na revolucijo pogrošno modrost parlamentarnega otroškega igrišča: če hočeš kaj doseči, moraš imeti večino. (...) Resnična dialektika revolucije pa postavlja to parlamentarno modrost na glavo: ne s pomočjo večine do revolucionarne taktike, pač pa s pomočjo revolucionarne taktike do večine.*« (Luxemburg, 1977: 753)

## Mi samo poročamo ...

Najprej moram še enkrat ponoviti banalno dejstvo. Novinarsko poročanje ni nekakšna laboratorijska vaja, v kateri obstajajo predpisana pravila za vodenje postopka. Poročanje tudi ni popis tistega, kar naj bi se zgodilo.

To banalno dejstvo je treba razložiti tudi vstajnikom. Pisanje novinarskih sporočil, spremljanje tega, kako so o določenem protestu poročali mediji, in potem zgražanje zaradi tega, kaj je bilo zapisano ali pa pokazano, je brez pomena. Mediji ne morejo poročati drugače, kot poročajo. Zaradi lastniške strukture, zaradi odvisnosti od oglaševalskega denarja in seveda zaradi same strukture novinarskega področja. Pričakovati, da bodo mediji sprožili vprašanje sistema, v katerem delujejo, ni samo naivno, ampak tudi nevarno. Misliti, da so v boju proti temu sistemu

<sup>2</sup> Gre za knjigo, ki so jo prepovedali v večini držav Latinske Amerike, razen v Urugvaju kjer je cenzor mislil, da gre za priročnik iz anatomije.

mediji oz. novinarji »naravni zavezniki«, hitro pripelje do strezni-tve. Prav na primeru poročanja o vstajah so mediji pokazali, da je melodramatizacija politike način njene depolitizacije. Mediji danes lahko poročajo o politiki tako, da jo oklestijo političnosti. Da jo spremenijo v način upravljanja stvari in ljudi.

Eduardo Galeano je v knjigi *Odprte žile Latinske Amerike* zapisal:<sup>2</sup>

Vem, da bi lahko izpadlo svetoskrunsko, ker tale priročnik o politični ekonomiji govori v slogu ljubezenskih ali gusarskih romanov. Vendar priznam, da se včasih zelo namučim, ko berem sijajna dela sociologov, politologov, ekonomistov ali zgodovinarjev, ki pišejo v šifrah. Hermetičen jezik ni vedno neizogibna cena za poglobljenost. Včasih zgolj skriva nezmožnost komuniciranja, povzdignjeno na raven intelektualne vrline. Zdi se mi, da je dolgočasnost pogosto voda na mlin obstoječemu redu: potrjuje, da je znanje privilegij elit. (Galeano, 2010: 331)

Ne nasedajmo izjavam tipa: ni levega in desnega novinarstva, obstaja samo dobro in slabo novinarstvo. Ni res. Obstaja levo in desno novinarstvo. Obstaja tudi dobro in slabo novinarstvo. Po svoji naravi novinarstvo mora podajati politične sodbe in ne »nevtralne« opise realnosti. Če gre za kršenje temeljnih človekov pravic, ni »nevtralnega« poročanja, ne moreš biti »zunaj okvira«, ki ga navidezno objektivno ustvarjaš – preprosto moraš zavzeti stališče. Si za ali proti. Si na strani tistih, ki branijo temeljne pravice (oz. tistih, ki so jim te pravice kršene), ali pa na nasprotni strani. Vmes pa ni petdeset odtenkov sive barve.

»Objektivno« poročanje o vstaji in zahtevah vstajnikov ne pomeni, da na enem mestu zberemo komentarje policije in vstajnikov – tistih, ki poskušajo podreti ograjo, in tistih, ki jih ta ograja varuje, pozicije in opozicije. Poročanje o vstaji je za medije nemogoče, ker bi o zahtevah vstajnikov morali zavzeti jasno politično stališče. Kot tista znamenita Passolinijeva javna obtožba italijanskih krščanskih demokratov z naslovom: *Jaz vem*.

Zato ni presenečenje, da je šel znani italijanski novinar Roberto Saviano obiskat prav Passolinijev grob. Ne da bi se mu poklonil ali ga slavil. Več mu je bilo do tega,

(D)a bi našel prostor, kjer bi bilo še mogoče brez sramu razmišljati o moči besed. Kjer bi še lahko pisal o mehanizmih moči, ne da bi se izgubljal v splošnem ali posameznem. Razmišljal sem o tem, ali je še mogoče drugo za drugim imenovati imena, pokazati na obraze, odvzeti anonimnost zločinom in njihovim storilcem, jih prikazati kot sestavine oblastne arhitekture. Ali je še mogoče, tako kakor iščejo prašiči tartufe, izslediti gonilno silo stvarnosti, uveljavljanje moči – brez prisposodob, brez posrednosti, zgolj z ostrino besed. (Saviano, 2008: 162)

Saviano ve in ima dokaze. O tem, kar piše, ni mogoče poročati nepristransko in neprizadeto. O tem, o čemer piše, je treba zavzeti jasno stališče. Dokazi, ki jih ima, so »neizpodbitni, ker so pristranski«. To, o čemer piše, je videl na lastne oči. »*Resnica je pristranska in če bi jo bilo mogoče prevesti na objektivno formulo, bi bila zgolj kemija.*« (Saviano, 2008: 163)

## Kriminalizacija upora

Kriminalizacija upora je veliko bolj zapleten proces in v okvirjanju tega niso sodelovali samo mediji, ampak tudi protestniki. Obstajali so »demokratični« protesti in oni drugi (verjetno »nedemokratični«?). Obstajali so miroljubni protestniki in izgrezniki. Obstajali so tisti, ki so policistom

delili rože, in drugi, ki so od policistov dobili udarce in solzivec. Obstajali so tisti okrog odra in tisti na ograji. Obstajali so protestniki, ki so druge protestnike prijavili in ovajali policiji. Prav na tej točki je jasno, da je večji del vstajništva sprejel delitev na mirne protestnike in preostale. In s sprejemanjem te delitve je umanjala solidarnost s tistimi, ki so bili aretirani, pridržani in potem izpostavljeni političnim procesom.

Zahteva enega dela protestnikov, da ograja mora pasti, je naletela na dva odgovora. Prvič, tudi če bo padla, kaj se bo spremenilo? Drugič, oblast samo čaka na izbruhe nasilja, da bi dobila opravičilo za popolno zatiranje demonstracij.

Glede prvega lahko podam naslednji primer. Novi albanski predsednik vlade Edi Rama je kot prvo gesto pri vstopu v vladno stavbo zahteval, da se umaknejo ograje. Človek, ki je prišel na oblast na zadnjih volitvah, je zadnjih pet let prebil na drugi strani ograje. Glede nasilja, ki proizvaja novo nasilje, ne smemo pozabiti, da tudi sami vstajniki nikoli niso bili sposobni pogovora o tem, kaj je nasilje na vstaji in kakšen je odnos do njega. Obstaja strukturno in sistemsko nasilje. In država, ki temelji na tako nepravilnih odnosih med ljudmi, je nasilna država.

## Tiranija števil

Edino otipljivo poročanje o vstajah se je vrtelo okrog tega, koliko ljudi je na ulici. Vsako medijsko poročanje je temeljilo na tem. In če se po mnenju novinarjev ni zbralo »dovolj ljudi« (koliko je dovolj, težko rečem), je to pomenilo posebno obliko okvirjanja. Pogled od zgoraj, iz posebnih kotov gledanja, iz katerih je mogoče sklepati »bilo jih je veliko« in »bilo jih je premalo«, je pomenilo dodajati teže zahtevam ljudi, ki so se zbirali na ulici. Kot da bi bilo število protestnikov zagotovilo resnosti zahtev ali pa vztrajnosti protestnikov.

*Dandanes je najpomembnejše to, da od določitve bistva politike ločimo »politično faktičnost, predvsem pa številčno obravnavo, ki je z njo povezana. Politiko bo mogoče misliti le, ko bo osvobojena tiranije števila, tako števila volivcev kakor števila demonstrantov ali stavkajočih«* pravi Alain Badiou (2004: 47). Če je po Badiouju žurnalizem neaktivna demokracija, za katero je značilen komentar kot mrmranje nemoči, je treba premisliti, kako namesto politične refleksije in tiranije števil priti do bistva politike. Če je postalo za današnjo politiko vprašanje komunikacije eno temeljnih političnih vprašanj, potem bi moralo za vstajnike prav molčanje in zavračanje blebetanja postati novo načelo komunikacije. Takole pravi Rosa Luxemburg v svojem tekstu *Zamujene dolžnosti*: »Ne govorite! Ne svetujte večno! Ne pogajajte se! Delajte!« (Luxemburg, 1977: 929)

## Če je naslov dovolj velik, potem je tudi novica dovolj pomembna

Zgornji citat so besede Charlesa Fosterja Kana iz znanega filma Orsona Wellesa, *Državljan Kane*. Kane, medijski mogul, ciničen, brezobziren in izgubljen v svetu, v katerem denar prinaša skoraj neomejeno moč, človek, ki na vprašanje, s čim se ukvarja v življenju, odgovarja: *Sem lastnik časopisa, kaj pa vi?* je sinonim za medijski svet, v katerem je za novico na naslovnici dovoljeno vse. Laži, prevare, korupcija, pa tudi vojna, če je to v interesu dobre zgodbe na naslovnici.

Pustimo ob strani, ali je Welles za lik Kana uporabil osebno zgodbo Williama Randolpha Hearsta, znamenitega lastnika številnih ameriških časopisov tistega časa. Welles v nekem intervjuju pravi: »Hearst je bil rojen bogat in razvajen od matere, ki ga je oboževala. To je najpo-



<sup>3</sup> O prednostih anonimnega novinarstva piše Marx v *Razredni boji v Franciji*.

»Dokler je bil dnevni tisk anonimen, je bil glasilo brezštevilnega in anonimnega javnega mnenja. Bil je tretja sila v državi. S tem, da je bilo treba vsak članek podpisati, je postal časopis navaden zbornik literarnih dopisov bolj ali manj znanih posameznikov. Vsak članek je zdrsnil na raven časopisnega oglasa.« (Marx, 1979: 152)

membnejše dejstvo o njem. Kane se je rodil reven in vzgojila ga je banka.« (Welles, spremna beseda, v Davies, 1975: 5) S tem Welles ni zanikal, da med realnim in fikcijskim likom obstajajo podobnosti ali pa razlike, temveč je točko gledanja na celotno zadevo postavil nekje drugje – ne glede na svoje poreklo ljudje po naravi niso ne dobri ne slabi. To, kar jih naredi dobre (ali slabe), so njihova dejanja. Kakšen odnos imajo do sebe, do drugih ljudi in do sveta, v katerem živijo.

To je pomembno tudi, ko govorimo o novinarstvu. Novinarstvo ni nekakšen abstrakten pojem in novinarji niso nekakšen abstrakten subjekt. Novinarji imajo imena in priimke in novinarstvo je vedno novinarstvo določenega novinarja in določenega medija<sup>3</sup>. Novinarski ceh je razdrobljen svet, v katerem obstajajo številni konflikti, tekmovanja in sovražstva. Čeprav ne obstaja uniformirani novinarski svet, obstajajo uniformirane novinarske prakse in novinarski izdelki. In ker se te prakse in iz njih izhajajoči izdelki čedalje bolj uniformirajo, prihajamo do določenega paradoksa, na katerega opozarja Pierre Bourdieu (2001). Namreč, v želji biti drugačen, biti prvi (znamenita želja po ekskluzivi), se novinarstvo čedalje bolj reducira na to, da vsi počnejo ene in iste stvari, poročajo o enih in istih osebah in dogodkih ter se pogosto sklicujejo na poročanje drugih medijev kot potrdilo, da so enaki med enakimi. Boj za ekskluzivnost, ki na drugih področjih kreativnega dela pelje do originalnosti, v novinarstvu pelje v nasprotno smer – v enoumje, monokromijo in banalnost.

Da bi danes novinarstvo sploh delovalo, nenehno potrebuje nove in nove dogodke, ki so si po svoji naravi skrajno podobni. Kaj je novica dneva, dogodek dneva? Nekaj nenavadnega, neponovljivega, enkratnega. Tako novinarstvo ustvarja svet ekscesov, v svojih bralcih vzgaja navado, da eni nesreči vedno sledi druga, nova, strašnejša. Da vojni v enem delu sveta sledi vojna na drugem. Da sta lakota in revščina naravni katastrofi, za kateri so po navadi odgovorne nesposobne vlade in (deloma) pasivni in nesposobni posamezniki, ki ne znajo proizvajati tistega, kar potrebujejo.

Spomnite se samo znamenite floskule: namesto da jim dajemo ribe, jih naučimo loviti ribe. V tem skrajno moralizirajočem novinarskem svetu, kjer so temeljni ekonomski odnosi moči nedotakljivi in skoraj na ravni dogme, spomnimo samo na eno veliko osebnost, na kateri temelji ena najmočnejših religij današnjega časa. Zakaj jim ne bi dali rib, zakaj jih ne bi nahranili, če je hrane dovolj? Po današnjih standardih novinarskega profesionalizma in objektivnosti bi Jezusa verjetno opisali kot klošarja in brezdomca ter bi ga zaradi motenja javnega reda in miru obsodili zaradi beračenja. Ali pa bi mu dali še boljši moralni nauk: da je vsaka kriza priložnost, da se iz vsake stvari lahko rodi nekaj dobrega. In zdaj prihajamo do ključne teze. Flaubert je nekoč zapisal, da je umetnost v tem, da navadne ljudi in navadne dogodke predstavimo na nenavaden način. Skratka, namesto da novinarji iščejo nenavadne zgodbe in poročajo o nenavadnih stvareh na navaden način, bi morali narediti prav nasprotno – navadne stvari predstaviti na nenavaden način.

Prav v tem je bistvo problema. Kako narediti nenavadno iz navadnega, kako predstaviti navadne stvari tako, da ljudje v njih vidijo njihovo nenavadnost? Ampak ena najbolj banalnih in najpogostejše citiranih »definicij« novinarstva pravi: Ni novica to, da je pes ugriznil človeka, ampak to, da je človek ugriznil psa. In zato, ko govorimo o revščini, novinarji odhajajo v tretji in četrti svet in prenašajo podobe nehumanih življenjskih razmer ljudi, ki živijo v favelah Brazilije ali pa predmestjih New Delhija, Manile ali Dake. Vidimo »njihovo« revščino, ki jo potem primerjamo s našo »domačo«. In nasprotno. Ko gledamo revščino drugega, ne vidimo revščine tukaj in zdaj.

## Demokracija ali kapitalizem?

Fred Siebert, Theodore Peterson in Wilbur Schramm v svoji knjigi *Four Theories of the Press* iz leta 1956 izhajajo iz preproste predpostavke, da »tisk vedno prevzame obliko in značilnosti družbenih in političnih struktur, znotraj katerih deluje« (Siebert in drugi, 1963/1956:1) in si zastavijo še preprostejše vprašanje: Zakaj so mediji v določeni državi takšni, kakršni so?

Odgovoriti na to vprašanje ni tako preprosto, kot se nam zdi na prvi pogled. Najprej zato, ker bi si hkrati morali zastaviti še eno vprašanje: Kakšen je sistem (politični in ekonomski), v katerem delujejo mediji? Siebert in drugi seveda ponudijo odgovor, ki v njihovi knjigi dobi status nevprašljive sodbe: edini sistem, v katerem lahko mediji delujejo »svobodno«, je liberalni kapitalizem. In prav na tej točki moramo vsako analizo medijskih sistemov (ne konkretnih medijev in konkretnih medijskih praks) začeti z analizo sistema, z analizo »produksijskih odnosov«, ki določajo njihovo delovanje. Če smo prej analizirali, kako so mediji uokvirjali proteste, je treba dodati še nekaj – generalni okvir, ki določa vse druge – demokracija enako kapitalizem, politika enako parlamentarna reprezentativna demokracija, svoboda medijev enako nevtralna regulacija trga, pravice enako svoboščine.

Temu sledi takšno pojmovanje državne politike, ki temelji na pristnem sovraštvu do kakršnegakoli vmešavanja države v regulacijo odnosov med ljudmi. Paradoksalno je, da je veliki cilj komunistične politike o izginotju države postal realnost v kapitalizmu. Državo in njene funkcije je zamenjala agresivna ekonomska politika, ki je celotno družbo obravnavala kot podjetje in s tem začela proces divje privatizacije. Prav privatizacija medijskega sektorja je postala sinonim skorumpirane, klientelistične in parazitske privatizacije vsega. In to je tisto, o čemer mediji nikoli niso bili pripravljeni poročati, in hkrati tisto, zaradi česar mediji ne morejo razumeti protestov kot oblike političnega delovanja zunaj pravil, določenih z obstoječim sistemom. In v tem se večina protestnikov ujema z okvirom medijskega poročanja – spremembe, ki jih zahtevajo, so spremembe konkretnih političnih elit v obstoječem sistemu.

Ideja, da je sistem dober in so problem samo skorumpirani posamezniki, ki so zlorabili ta sistem za svoje koristi, zgreši temeljno bistvo celotnega problema. Sistem je tisti, ki nujno proizvaja skorumpirane elite, in sistem je tisti, ki bo te skorumpirane elite odstranil, da bi lahko nemoteno deloval naprej. Trditev, da se po enem letu ni nič spremenilo in da so »vsi enaki« zgreši bistvo problema. Ni problem v tem, da so vsi enaki. Problem je, da tisto, kar bi se nujno moralo spremeniti, ostaja zunaj zahteve po spremembah.

V predgovoru k prvi izdaji *Kapitala* poimenuje Marx (stran 16/12, cit. po Haug, 1980: 241) omejitev znanosti z zasebno lastnino kot: *bojišče najhujše, najbolj malenkostne in najbolj zlobne strasti človeške narave, furije privatnega interesa.*

In to, o čemer govori Marx, več kot očitno velja tudi pri medijih. Lahko se ukvarjaš z njihovim (ne)profesionalizmom, (ne)etičnostjo, (ne)objektivnostjo (ne)uravnoveženostjo in (ne)uravnovešenostjo, z načini, kako reprezentirajo določene skupine v družbi, o čem in kako poročajo ali pa ne. Ko pa pride na dnevni red ukvarjanje z ekonomskim sistemom, v katerem delujejo, potem se aktivirajo »furije zasebnega interesa«. In prav tukaj je treba usmeriti raziskovanje in bodoče poskuse reform. Zadeva je jasna. Ne moreš spremeniti načina medijskega delovanja, ne da bi spremenil sistem, v katerem deluje. Ne moreš sprejeti ustreznega pravnega okvira, ker je vsak pravni okvir (pretekli in bodoči) rezultat prav teh lastninskih razmer, ki jih je treba legalizirati. Ne moreš spremeniti vsebine, ne da bi spremenil temeljne načine financiranja.

Oglaševanje, ki je postalo sestavni del korporativne politike za maksimiranje dobička, je obenem najmočnejše varovalo za zaščito že doseženih monopolnih položajev. S stališča delovanja

kapitalistične ekonomije so stroški oglaševanja družbeno potrebni. Povedano z drugimi besedami: oglaševalska dejavnost je produktivna, le da »ekonomski sistem, v katerem so takšni stroški družbeno potrebni stroški, že zdavnaj ni več družbeno potreben sistem« (Baran, Sweezy, 1969: 133). O negativnih posledicah oglaševanja je mogoče razpravljati samo, če ga razumemo kot sestavni del delovanja sistema monopolnega kapitalizma. Odpraviti negativne posledice oglaševanja pomeni odpraviti njegovo temeljno predpostavko – sam sistem, na katerem temelji: monopolni kapitalizem. Če tega ne razumemo, smo se ujeli v podobno zanko kot predstavniki »ekonomije blaginje«, ki poskušajo ublažiti »najškodljivejše rezultate kapitalizma, da bi okrepili prav sistem, ki nujno proizvaja in reproducira te škodljive rezultate« (Baran in Sweezy, 1969: 117).

Mediji so eden najpomembnejših mehanizmov vzdrževanja sedanjega ekonomskega sistema, zato je raziskovanje njihovega delovanja (ne posamičnih medijev, ampak sistema kot takega) ključno za razumevanje delovanja kapitalističnega sistema. Novinarji se premalo zavedajo, da jih javnost dojema kot del problema in ne kot del rešitve. To kažejo hude novinarske in uredniške zadrege ob spremljanju protestov in neumnosti, kakršna je bila »prijateljska nogometna tekma« med poslanci in novinarji prav v času protestov. Če parafraziram Halimija (2003: 14), lahko rečemo, da bi bila za politike *nerodnost, če svojim uslužbencem ne bi dopustili tako nenevarnega ventila, kakršni so takšne drobtine dostojanstva*.

Kot pravi Alain Badiou v knjigi *Ali je mogoče misliti politiko?*, se dandanes dela veliko hrupa zaradi komunikacije. »Vendar pa je jasno, da prav nekomunikacija, če omogoča to, kar je nemogoče, omogoča, da kroži v politiki nekaj resnice.« (Badiou, 2004: 66) Namreč, zgodovina razvoja medijev kot industrije dokazuje, v kolikšni meri prav njihova »komunikacijska vloga« onemogoča resnico v politiki. Reforma medijskega sistema je mogoča izključno kot reforma ekonomskega sistema. Moramo znati zapustiti okvirje sedanjega sistema in začeti misliti na drugačen družbeni red (Wolff, 2012; Alperovitz, 2011). Na medijskem področju to pomeni zavzevanje za različne oblike skupnostnih, združnih in neprofitnih medijev, ki bodo učinkovito podpirali novinarstvo za potrebe ljudi, ki so jim namenjeni. Da ne bo pomote. Takšni mediji ne bodo preživeli v sistemu monopolnega kapitalizma. Takšni mediji tudi ne bodo preživeli v sistemu, kjer je primarni način financiranja njihovega delovanja oglaševanje. Takšni mediji ne morejo in ne smejo biti gospodarske družbe. Skratka, združništvo, o katerem je zdaj veliko govora, ne pomeni samo zamenjave lastnika (namesto zdaj »neodgovornih« in »nestrategskih« lastnikov naj bi dobili odgovorne in strateške), ampak pomeni radikalno preizpraševanje tega, kaj so mediji, kakšna je njihova vloga, komu so odgovorni.

Za takšno radikalno samoizpraševanje novinarji, delujoči v korporativnih medijih (tako zasebnih kot javnih), nimajo ne volje ne želje. To je razlog, zakaj vstajniki potrebujejo svoje medije. Potrebujejo iskro, ki bo zanetila požar (ni nepomembno, da je Lenin časopis revolucionarnega gibanja imenoval *Iskra*). Spremembe ne bodo preproste in se ne bodo zgodile, dokler bodo politične elite s pomočjo spektakelske funkcije medijev v škodo ljudi reševale kapital. Lahko rečemo, da bo politični boj v prihodnosti temeljil na tem, katere interese bo podpirala država – interese državljanov ali kapitala. Obenem pa je v tem boju treba razmejiti kapitalizem in demokracijo. Čeprav sta politika in ekonomija tako »incestuzno« prepletena, je ključno vprašanje, s katerim se soočamo, zelo preprosto: Ali bomo reševali kapitalizem ali demokracijo? Obojega ne bo mogoče.

## Literatura

- ALPEROVITZ, G. (2011): *America Beyond Capitalism. Reclaiming Our Wealth, Our Liberty and Our Democracy*. Boston, Democracy Collaborative Press.
- BADIOU, A. (2004): *Ali je mogoče misliti politiko, Manifest za filozofijo*. Ljubljana, Založba ZRC.
- BARAN, P. A. IN SWEEZY, P. M. (1969): *Monopolni kapital. Esej o američkom ekonomskom i društvenom poretku*. Zagreb, tvarnost.
- BENNETT, L. W. (2007): *News: The Politics of Illusion*. New York, Longman.
- BENNETT, L. W. (2007a): *When the Press Fails. Political Power and the News Media From Iraq to Katrina*. Chicago, University of Chicago Press.
- BOURDIEU, P. (2001): *Na televiziji*. Ljubljana, Krt.
- ENTMAN, R. M. (2004): *Projections of Power. Framing News, Public Opinion, and US Foreign Policy*. Chicago, University of Chicago Press.
- ENTMAN, R. M. (2007): Framing bias: media in the distribution of power. *Journal of Communication*, 57(1): 163–173.
- GALEANO, E. (2010): *Odprte žile Latinske Amerike*, Ljubljana. Sanje.
- HALIMI, S. (2003/1997): *Novi psi čuvaji*. Ljubljana, Maska/Mirovni inštitut.
- HALLIN, D. C. (1986). *The Uncensored War. The Media and Vietnam*. New York, Oxford University Press.
- HALLIN, D. C. (1994): *We Keep America on Top of the World. Television Journalism and the Public Sphere*. London, Routledge.
- LAZARSELD, P. F. in MERTON, R. K. (1999/1948): Množično sporočanje, popularni okus in organizirano družbeno delovanje. V *Komunikološka hrestomatija 2*, S. Splichal (ur.), 23–41. Ljubljana, FDV, Zbirka Javnost.
- LENIN, V. I. (1977): *Izbrana dela (1)*. Ljubljana, Cankarjeva založba.
- LUXEMBURG, R. (1977): *Izbrani spisi*. Ljubljana, Cankarjeva založba.
- MARX, K. (1979): Razredni boji v Franciji. V Karl Marx, Friedrich Engels, *Izbrana dela (III zvezek), (7–163)*. Ljubljana, Cankarjeva založba.
- NICHOLS, J. in MCCHESENEY R. W. (2013): *Dollarocracy. How the Money and Media Election Complex is Destroying America*. New York, Nation Books.
- SAVIANO, R. (2008): *Gomora, potovanje v krvavi imperij neapeljske Camorre*. Ljubljana, Mladinska knjiga.
- SIEBERT, F. S., PETERSON, T. in SCHRAMM, W. (1956): *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. Urbana, IL, University of Illinois Press.
- SCHEUFELE, D. A. in TEWKSBURY, D. (2007): Framing, agenda setting, and priming: the evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1): 9–20.
- SCHUDSON, M. (2002): The news media as political institutions. *Annual Review of Political Science*, 5, 249–269.
- SCHUDSON, M. (1996): *The Power of News*. Cambridge Ma., Harvard University Press.
- WELLES, O. (1975): Sprema beseda. V *The Times We Had. The Life of William Randolph Hearst*, M. Davies. Indianapolis, The Bobbs – Merill.
- WOLFF, R. (2012): *Occupy the Economy. Challenging Capitalism*. San Francisco, City Lights Books.